

# Global Economic Impact of Exhibitions

2020 Edition

June 2020 release



PRODUCED BY



SUPPORTED BY



## **Что считается выставкой?**

UFI следует определениям ISO 25639-1:2008 (E/F), которые приняты в данном исследовании. Для целей настоящего исследования выставка или ярмарка - это мероприятие, в ходе которого демонстрируются и распространяются продукты, услуги или информация. Выставки отличаются от "конференций", или "семинаров" или других деловых и потребительских мероприятий.

Выставки не охватывают блошиные и уличные рынки. Выставки включают:

- \* Торговые выставки: выставки, которые содействуют развитию торговли и коммерции и в которых участвуют главным образом представители бизнеса. Торговая выставка может быть открыта для широкой публики в определенное время.
- \* Потребительские выставки: выставки, открытые для широкого круга посетителей.

## **Каковы основные составляющие экономического влияния выставок?**

Прямое/непосредственное влияние подразумевает прямые расходы и рабочую силу, которые непосредственно связаны с планированием и подготовкой выставок, а также расходы на поездки участников и экспонентов на выставки и другие связанные с участием в выставке расходы.

Косвенное влияние подразумевает сопутствующие расходы и ресурсы. Например, объекты, на которых проводятся выставки, требуют подключения энергии, организации питания. Кроме того, выставочные площадки заключают контракты со специализированными поставщиками услуг, такими как маркетинг, техническое обслуживание оборудования, уборка, техническая поддержка, бухгалтерский учет и юридические и финансовые услуги. Это примеры косвенного воздействия.

Стимулирующее воздействие возникает по мере того, как работники тратят свою заработную плату на развитие экономики в целом. Например, сотрудники гостиницы тратят деньги на аренду, транспорт, продукты питания и развлечения.

Экономический эффект выставок выражается в показателях объема производства, который включает объем продаж, ВВП (валовой внутренний продукт) и число рабочих мест.

### **Прямое воздействие выставок (2018)**

- Количество выставок, посетителей и экспонентов: в около 32 000 выставок приняли непосредственное участие 303 миллиона посетителей и почти пять миллионов экспонентов из более чем 180 стран.
- Прямые траты (коммерческие продажи): выставки принесли более 115,9 млрд евро (136,9 млрд долларов США) прямых расходов посетителей, экспонентов и дополнительных расходов, связанных с выставками.
- Прямой ВВП (валовой внутренний продукт) и занятость: выставки обеспечили 1,3 миллиона прямых рабочих мест во всем мире и сгенерировали 68,7 миллиардов евро (81,1 долларов США) прямого ВВП.
- Исходя из примерно 4,5 миллионов экспонентов по всему миру и 115,9 миллиарда евро (136,9 миллиарда долларов) прямых расходов, выставки принесли почти 25 600 евро (30 200 долларов США) прямых расходов на одного экспонента в глобальном масштабе.
- С учетом прямого воздействия на ВВП в размере 68,7 млрд евро (81,1 млрд долларов США) выставочный сектор займет 72-е место по величине экономики в мире.

### **Общее влияние международных выставок (2018)**

После учета косвенных и последующих воздействий выставки подтвердили общее глобальное экономическое воздействие в 2018 г.:

- €275.1 (\$325.0) миллиард продукции (продажи бизнеса)
- 3.2 миллионов рабочих мест
- €167.2 (\$197.5) миллиардов ВВП (вклад в мировой валовой внутренний продукт).

Исходя из общего экономического эффекта в 275,1 млрд евро (325,0 долларов США) и общей площади 34,68 млн кв. М в мире (согласно данным Всемирной карты выставочных площадок UFI 2017), общий объем выхода на 1 кв. м площади составил приблизительно 7900 евро (9 400 долларов США) в 2018 году.

Глобальные выставки напрямую сгенерировали больше продукции (коммерческих продаж), чем многие крупные мировые сектора, включая машинное оборудование, медицинское и хирургическое оборудование. Общий ВВП в размере 167,2 евро (197,5 долларов США), поддерживаемый сектором мировых выставок, ставит этот сектор на 56-е место в мире по величине экономики, превосходя по размерам экономики таких стран, как Венгрия, Кувейт, Шри-Ланка и Эквадор.

## **Обзор объема выставок и прямых расходов**

В этом разделе обобщены размер и масштабы деятельности выставочного сектора по всему миру. Представленные основные меры:

- Сумма прямых расходов на выставки
- Проданная площадь (квадратные метры нетто)
- Количество посетителей и участников
- Количество прямых рабочих мест выставок

Данные о проданных площадях, посетителях и экспонентах выставки предоставлены UFI. Данные о предполагаемых прямых расходах на выставки основаны на эконометрическом моделировании Oxford Economics.

Прямые расходы на выставки представляют собой расходы, непосредственно связанные с планированием и организацией выставок, поездками на выставки и сопутствующей выставочной деятельностью. В качестве базового описания сюда входят расходы участников на посещение выставки (например, проезд и регистрация), оплачиваемые организаторами поездки, расходы экспонентов (например, спонсорство, изготовление экспонатов, выездные мероприятия), расходы организаторов и хозяев выставки и некоторые прочие расходы, связанные с выставками.

Прямые расходы на выставки позволяют наиболее четко оценить экономическое значение выставок, поскольку они охватывают весь спектр услуг и товаров, напрямую обеспечиваются целым рядом отраслей. По этой причине большая часть нашего сводного анализа сосредоточена на прямых расходах выставок и количестве участников выставок.

## **Определение выставки**

UFI следует стандарту ISO 25639-1: 2008 (E / F), который также использован далее. Для целей данного исследования выставка, шоу или ярмарка - это событие, на котором представлены и распространяются продукты, услуги или информация. Выставки отличаются от «конференций», «съездов» или «семинаров» или других деловых и потребительских мероприятий. Выставки не включают блошиные и уличные рынки.

Выставки включают:

- Торговые выставки: выставки, продвигающие торговлю и коммерцию, которые посещаются в основном профессиональными посетителями. Торговая выставка может быть открыта для публики в определенное время.

- Публичные выставки: выставки открыты в основном для широкой публики. Публичная выставка иногда также известна как выставка потребителей.

### **Анализируемые регионы**

Данные выставок, оценки прямых расходов и общее воздействие были проанализированы на региональном и глобальном уровнях. На карте на следующей странице представлена разбивка по регионам, включенным в исследование:

- Африка
- Азиатско-Тихоокеанский регион
- Центральная и Южная Америка
- Европа
- Средняя Азия
- Северная Америка

### **Сводные данные по выставкам**

В 2018 году на 32000 выставках было продано почти 138 миллионов квадратных метров (1,5 миллиарда квадратных футов) в более чем 180 странах. Выставки принесли около 116,0 млрд евро (136,9 млрд долларов) прямых расходов посетителей, экспонентов и дополнительных расходов, связанных с выставками. Северная Америка и Европа заняли первое и второе место по прямым расходам, составив 44% и 34% от общих глобальных прямых расходов в 2018 году соответственно. В 2018 году выставки посетили около 303 миллионов посетителей и 4,5 миллиона экспонентов. Первое место по общему количеству посетителей заняла Европа - 112,0 миллионов посетителей и 1,3 миллиона экспонентов. За ней последовала Северная Америка с 91,2 млн посетителей и 1,6 млн экспонентов.

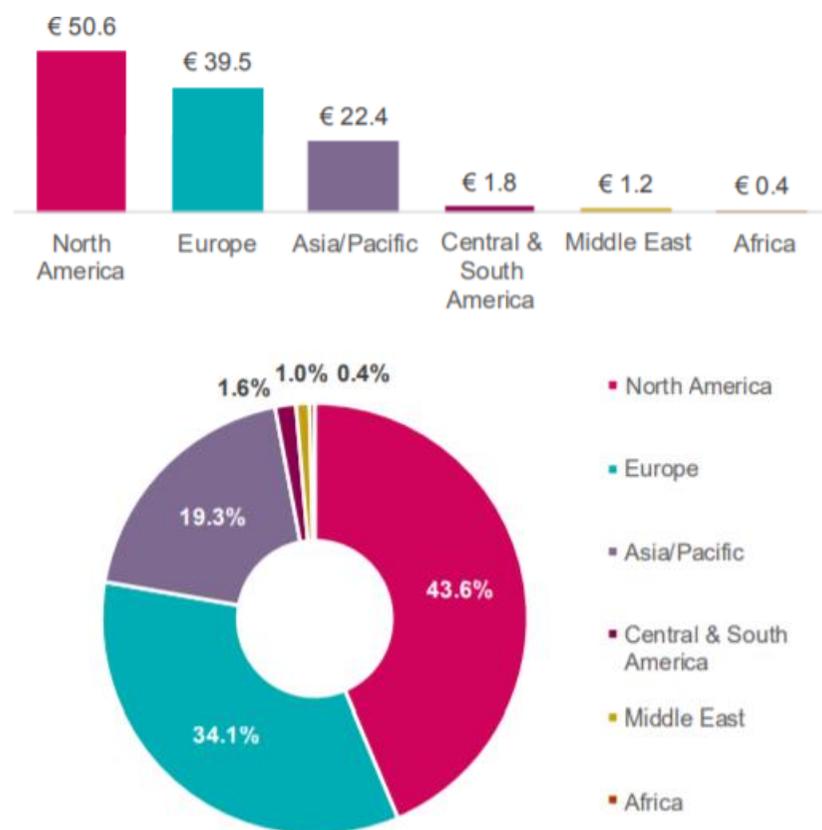
## Summary of exhibitions activity, 2018

	Space sold (net sq. meters, millions)	Direct spending		Share of total	
		(billions Euros)	(billions US\$)	Direct spending	Space sold
<b>Global total</b>	<b>137.5</b>	<b>€ 115.9</b>	<b>\$136.9</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>
<b>By region</b>					
North America	48.0	€ 50.6	\$59.7	43.6%	34.9%
Europe	46.5	€ 39.5	\$46.7	34.1%	33.8%
Asia/Pacific	33.8	€ 22.4	\$26.4	19.3%	24.6%
Central & South America	5.2	€ 1.8	\$2.2	1.6%	3.8%
Middle East	3.0	€ 1.2	\$1.4	1.0%	2.2%
Africa	1.0	€ 0.4	\$0.5	0.4%	0.7%
<b>Share of total</b>					
	Visitors (000's)	Exhibitors (000's)	Visitors	Exhibitors	
<b>Global total</b>	<b>302,950</b>	<b>4,534</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	
<b>By region</b>					
Europe	112,000	1,340	37.0%	29.6%	
North America	91,200	1,600	30.1%	35.3%	
Asia/Pacific	81,500	1,210	26.9%	26.7%	
Central & South America	9,900	217	3.3%	4.8%	
Middle East	6,250	125	2.1%	2.8%	
Africa	2,100	42	0.7%	0.9%	

## Прямые расходы на выставки

В 2018 году прямые расходы на выставки в Северной Америке составили 50,6 миллиарда евро (59,7 миллиарда долларов), как показано на прилагаемой диаграмме, что составляет 43,6% прямых расходов на выставки в мире. Выставки в Европе и Азиатско-Тихоокеанском регионе принесли 39,5 (46,7) миллиардов евро и 22,4 (26,4) миллиардов евро (26,4 миллиарда долларов) прямых расходов, что составляет 34,1% и 19,3% глобальных прямых расходов, соответственно.

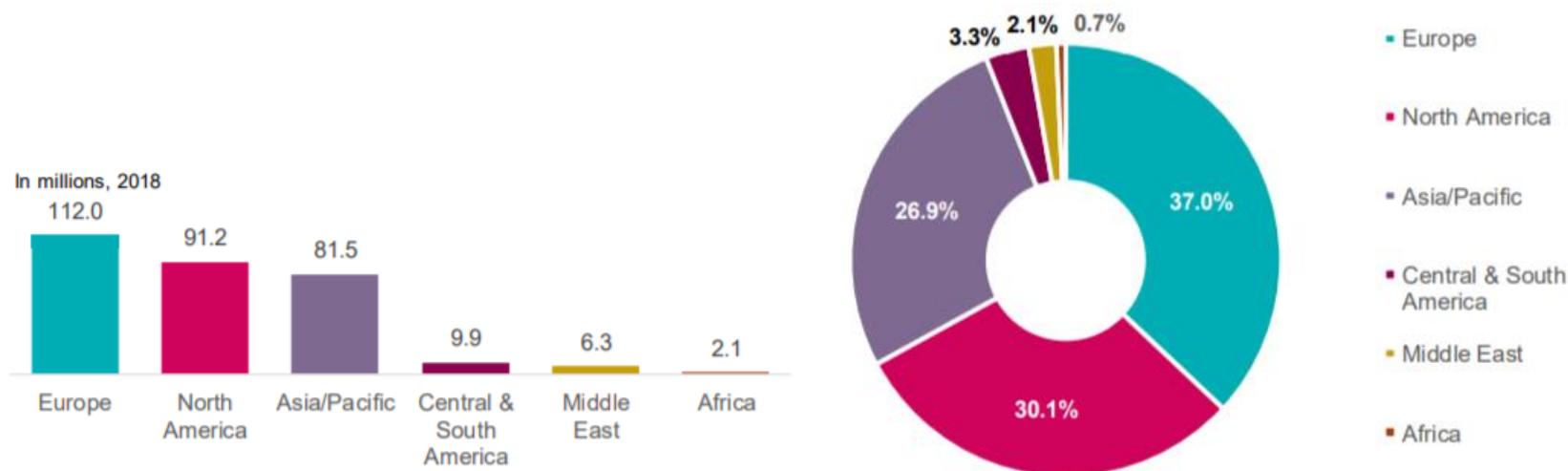
Прямые расходы на выставки по регионам



## Посетители выставок

Европа была крупнейшим рынком по количеству участников выставки, приняв 112,0 миллионов посетителей, что составляет более одной трети от общего числа посетителей во всем мире в 2018 году. Северная Америка заняла второе место, приняв 91,2 миллиона посетителей (30,1% посетителей во всем мире) в 2018 году. Азия / Тихоокеанский регион занял третье место с 81,5 млн посетителей, что составляет 26,9% от общего числа посетителей. За ними последовали Центральная и Южная Америка, Ближний Восток и Африка, каждая из которых приняла менее 10 миллионов посетителей выставки в 2018 году.

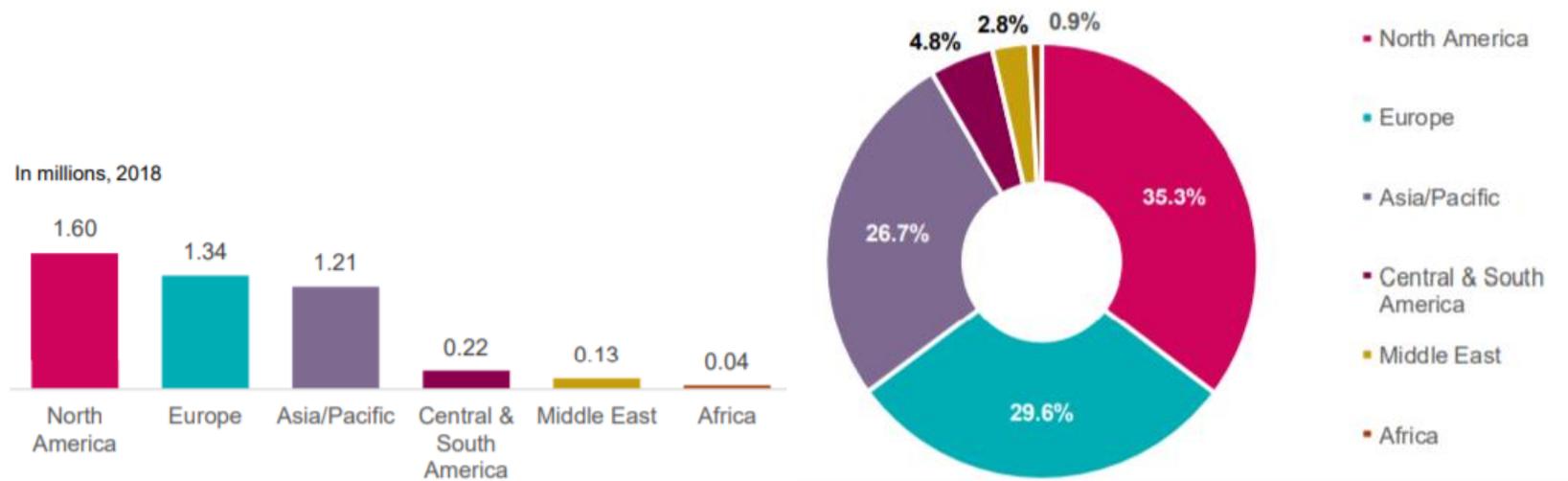
## Посетители выставок по регионам



## Экспоненты

Северная Америка была крупнейшим рынком с точки зрения выставочных экспонентов, приняв на себя 1,6 миллиона экспонентов, что составляет более 35% от общего числа экспонентов во всем мире. Европа заняла второе место, приняв 1,3 миллиона экспонентов (29,6% посетителей во всем мире) в 2018 году. Азиатско-Тихоокеанский регион занял третье место с 1,2 миллионами экспонентов, что составляет 26,7% мировых экспонентов. За ними последовали Центральная и Южная Америка, Ближний Восток и Африка, в каждой из которых в 2018 году приняли участие менее 250 000 экспонентов.

## Участники выставок по регионам



## Прямое влияние выставок на ВВП и рабочие места

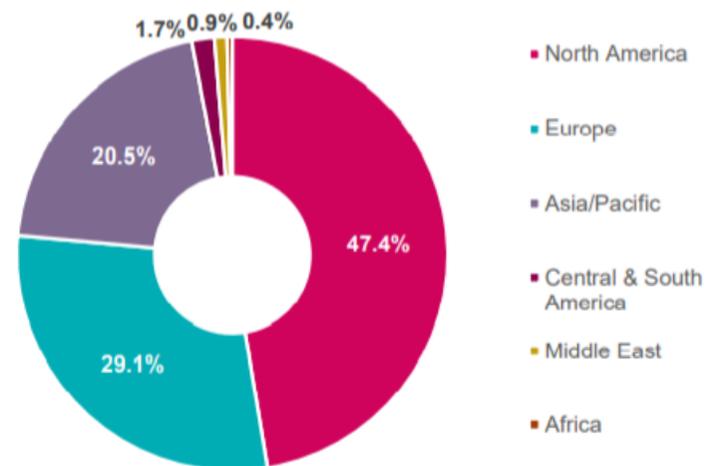
Выставки сгенерировали 68,7 (81,1) миллиарда евро прямого ВВП и более 1,3 миллиона прямых рабочих мест в 2018 году. Около 0,5 миллиона прямых рабочих мест поддерживаются только выставочной индустрией. Выставки в Северной Америке принесли 32,5 млрд евро (38,4 млрд долларов) прямого ВВП, что составляет 47,4% мирового ВВП выставок. Северная Америка также является крупнейшим рынком с точки зрения рабочих мест: на нем имеется 539 000 прямых рабочих мест. Европа занимает второе место по величине прямого воздействия на ВВП с ВВП в размере 20,0 млрд евро (23,6 млрд долларов США), что обеспечивает 358 000 рабочих мест. Азиатско-Тихоокеанский регион занимает третье место с прямым ВВП в размере 14,1 млрд евро (16,7 млрд долларов США), обеспечивая 356 000 рабочих мест.

### Exhibitions direct GDP and jobs impact by region

	Direct spending		Direct GDP		Direct jobs (000s)	Share of total		
	(billions Euros)	(billions US\$)	(billions Euros)	(billions US\$)		Direct spending	Direct GDP	Direct jobs
<b>Global total</b>	<b>€ 115.9</b>	<b>\$136.9</b>	<b>€ 68.7</b>	<b>\$81.1</b>	<b>1,314</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>
<b>By region</b>								
North America	€ 50.6	\$59.7	€ 32.5	\$38.4	539	43.6%	47.4%	41.1%
Europe	€ 39.5	\$46.7	€ 20.0	\$23.6	358	34.1%	29.1%	27.3%
Asia/Pacific	€ 22.4	\$26.4	€ 14.1	\$16.7	356	19.3%	20.5%	27.1%
Central & South America	€ 1.8	\$2.2	€ 1.2	\$1.4	38	1.6%	1.7%	2.9%
Middle East	€ 1.2	\$1.4	€ 0.6	\$0.8	14	1.0%	0.9%	1.1%
Africa	€ 0.4	\$0.5	€ 0.3	\$0.3	8	0.4%	0.4%	0.6%

Source: Oxford Economics (2019)

### Share of direct GDP impacts by region



### Прямые расходы на выставки на экспонента

Прямые расходы на выставки составили 115,9 млрд евро (136,9 долларов США) в 2018 году. Исходя из 4,5 млн участников в мире в 2018 году, прямые расходы на одного экспонента составили 25 569 евро (30 201 доллар США). Северная Америка заняла первое место с 31 601 евро (37 325 долларов США) прямых расходов на одного экспонента. За ними следуют Европа и Азиатско-Тихоокеанский регион с прямыми расходами в размере 29 512 евро (34 858 долларов США) и 18 482 евро (21 830 долларов США) на одного экспонента соответственно.

## Exhibitions direct spending per exhibitor

	Exhibitors (000's)	Direct spending		Direct spending per exhibitor	
		(billions Euros)	(billions US\$)	(Euros)	(US\$)
<b>Global total</b>	<b>4,534</b>	<b>€ 115.9</b>	<b>\$136.9</b>	<b>€ 25,569</b>	<b>\$30,201</b>
<b>By region</b>					
North America	1,600	€ 50.6	\$59.7	€ 31,601	\$37,325
Europe	1,340	€ 39.5	\$46.7	€ 29,512	\$34,858
Asia/Pacific	1,210	€ 22.4	\$26.4	€ 18,482	\$21,830
Central & South America	217	€ 1.8	\$2.2	€ 8,433	\$9,961
Middle East	125	€ 1.2	\$1.4	€ 9,461	\$11,174
Africa	42	€ 0.4	\$0.5	€ 10,663	\$12,594

In Euros, 2018

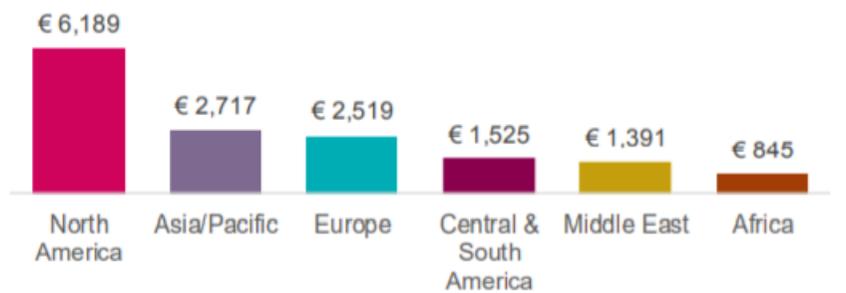


## Прямые расходы выставок на квадратный метр площади площадки

Прямые расходы на выставки в 2018 году составили 115,9 млрд евро (136,9 долларов США). Исходя из общей площади выставочных площадок в мире в 34,68 млн квадратных метров, измеренной в терминах общей внутренней выставочной площади (согласно данным Всемирной карты выставочных площадок UFI), прямые расходы за квадратный метр площади зала составила 3 343 евро (3 948 долларов США). Первое место заняла Северная Америка с 6 189 евро (7310 долларов США) на квадратный метр площади помещения. За ними следуют Азия / Тихоокеанский регион и Европа с прямыми расходами на квадратный метр площади помещения в размере 2717 евро (3210 долларов США) и 2519 евро (2975 долларов США) соответственно.

## Exhibitions direct spending per square meter of capacity

	Capacity (million square meters)	Capacity (million square feet)	Direct spending		Direct spending per square meter of capacity		Direct spending per square foot of capacity	
			(billions Euros)	(billions US\$)	(Euros)	(US\$)	(Euros)	(US\$)
<b>Global total</b>	<b>34.68</b>	<b>373.29</b>	<b>€ 115.9</b>	<b>\$136.9</b>	<b>€ 3,343</b>	<b>\$3,948</b>	<b>€ 311</b>	<b>\$367</b>
<b>By region</b>								
North America	8.17	87.94	€ 50.6	\$59.7	€ 6,189	\$7,310	€ 575	\$679
Europe	15.70	168.99	€ 39.5	\$46.7	€ 2,519	\$2,975	€ 234	\$276
Asia/Pacific	8.23	88.59	€ 22.4	\$26.4	€ 2,717	\$3,210	€ 252	\$298
Central & South America	1.20	12.92	€ 1.8	\$2.2	€ 1,525	\$1,801	€ 142	\$167
Middle East	0.85	9.15	€ 1.2	\$1.4	€ 1,391	\$1,643	€ 129	\$153
Africa	0.53	5.70	€ 0.4	\$0.5	€ 845	\$998	€ 78	\$93



## Подход экономического воздействия

Наш анализ прямых расходов на выставки послужил исходными данными для модели экономического воздействия, которую мы использовали для оценки прямой занятости и трудовых доходов в выставочном секторе, а также последующих воздействий на сектор. Эта модель также называется моделью ввода-вывода (I-O).

Компоненты анализа экономического воздействия

Есть три основных компонента общего экономического воздействия сектора:

♣ Прямое воздействие состоит из прямых расходов и рабочих мест, связанных с планированием и производством выставок, а также с поездками участников на выставки, и других расходов, связанных с выставками. Учитывая характеристики выставочного сектора, большая часть этой прямой деятельности происходит в самых разных секторах. Например, в создании выставки часто участвуют сотрудники, работающие в отеле или другом месте, включая персонал для банкетов, а также аудиовизуальный / постановочный и технический персонал, а также других сторонних поставщиков услуг, таких как развлекательные / производственные услуги, декор, спикеры и тренеры, реклама и продвижение. Все эти сотрудники занимают прямые рабочие места, поддерживаемые выставочным сектором. Между тем, поездки участников на выставку и проживание во время мероприятия поддерживают

прямые расходы и рабочие места у ряда поставщиков услуг в туристическом секторе. Хотя эти расходы происходят между предприятиями в различных отраслях промышленности, все они представляют собой деятельность, которая поддерживается прямыми расходами на выставки, и является частью прямого влияния выставочного сектора.

♣ Косвенное воздействие представляет собой воздействие на отраслевых поставщиков, также называемые воздействием на цепочку поставок. Например, помещения, в которых проходят выставки, требуют таких затрат, как электроэнергия и кейтеринг. Кроме того, многие выставочные площадки заключают договор со специализированными поставщиками услуг, таких как маркетинг, обслуживание оборудования, уборка, техническая поддержка, бухгалтерский учет, а также юридические и финансовые услуги. Это примеры косвенного воздействия.

♣ Сопутствующее воздействие происходит, когда сотрудники тратят свою заработную плату в экономике в целом. Например, сотрудники отеля тратят деньги на аренду, транспорт, еду и напитки, развлечения. Косвенные и сопутствующие воздействия также могут в совокупности называться косвенным эффектом. Для проведения анализа воздействия мы использовали показатели экономического воздействия на уровне страны из существующих исследований влияния выставок. Для стран, в которых показатели воздействия выставок были либо недоступны, либо не соответствовали справочным данным, мы использовали показатели путешествий и туризма, предоставляемые WTTC (Всемирным советом по путешествиям и туризму) и Oxford Economics. Показатели WTTC основаны на таблицах доходов-затрат для каждой страны и были получены либо от OECD (Организация экономического сотрудничества и развития), либо, если они отсутствуют, то от национальных статистических бюро. Из таблиц «доходов-затрат» были разработаны матрицы показателей для каждой экономики, детализирующие поток расходов в экономике, возникающий как следствие расходов в данной отрасли.

### **Экономическое воздействие**

В целом, общее глобальное экономическое влияние выставочного сектора в 2018 году выглядит следующим образом:

♣ €275.1 (\$325.0) млрд. экономического выхода (продажи бизнеса)

♣ €167.2 (\$197.5) миллиард в общем вкладе в ВВП

♣ Всего более 3,2 миллиона рабочих мест.

Эти итоговые значения представляют собой комбинацию прямых расходов в выставочном секторе (115,9 млрд евро (136,9 млрд долларов США) прямых расходов на выставки и 1,3 млн прямых рабочих мест) плюс предполагаемые косвенные и сопутствующие эффекты. Результирующий показатель выпуска

для выставочного сектора составляет 2,37, что означает, что каждый 1,00 евро (1 доллар США) прямых выставочных расходов генерирует дополнительные 1,37 евро (1,37 доллара США) в виде косвенных и индуцированных расходов в мировой экономике.

### **Exhibitions sector global economic impacts**

Amounts in billions of euros and billions of US dollars, except jobs

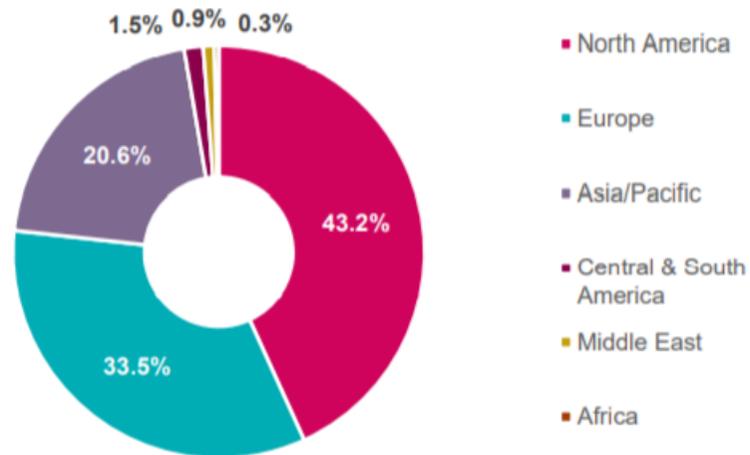
	2018 (Euros & jobs)	2018 (US\$ & jobs)
<b>Direct exhibitions sector impact</b>		
Output (exhibitions direct spending)	€ 115,9	\$136,9
Employment	1,314,000	1,314,000
GDP	€ 68,7	\$81,1
<b>Total exhibitions sector impact</b>		
Output	€ 275,1	\$325,0
Employment	3,240,000	3,240,000
GDP	€ 167,2	\$197,5

### **Экономическое воздействие по регионам - общий объем производства**

Выставки в Северной Америке принесли в 2018 году 118,8 млрд евро (140,4 млрд долларов) от общего объема производства, как показано на прилагаемой диаграмме, что составляет 43,2% от общего объема производства в глобальном выставочном секторе. Выставки в Европе и Азиатско-Тихоокеанском регионе принесли 92,3 млрд евро (109,0 долларов США) и 56,6 млрд евро (66,8 долларов США) прямых расходов, что составляет 33,5% и 20,6% глобального воздействия сектора.

### Economic impacts by region – total output impacts

In billions, Euros, 2018

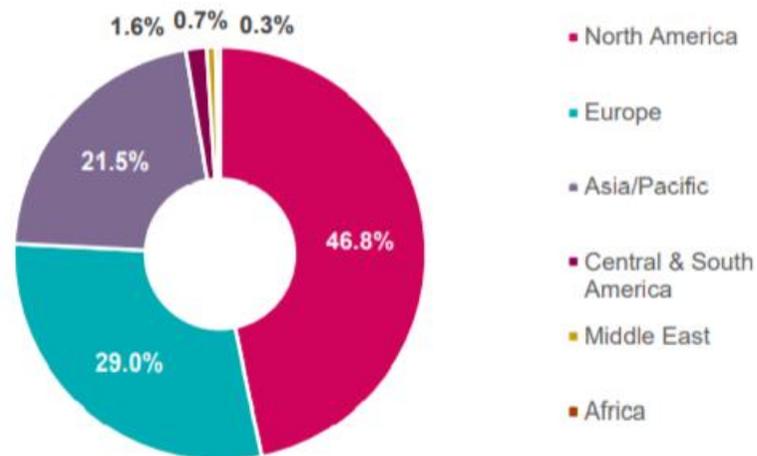


### Экономическое воздействие по регионам - общий ВВП

Выставки в Северной Америке принесли 78,2 млрд евро (92,3 долларов США) от общего ВВП в 2018 году, как показано на прилагаемой диаграмме, что составляет 46,8% от общего воздействия мирового выставочного сектора на ВВП. Выставки в Европе и Азиатско-Тихоокеанском регионе принесли 48,6 (57,3) миллиардов евро и 36,0 (42,6) миллиардов евро (42,6 миллиардов долларов) прямых расходов, что составляет 29,0% и 21,5% общего воздействия сектора на ВВП, соответственно.

### Economic impacts by region – total GDP impacts

In billions, Euros, 2018



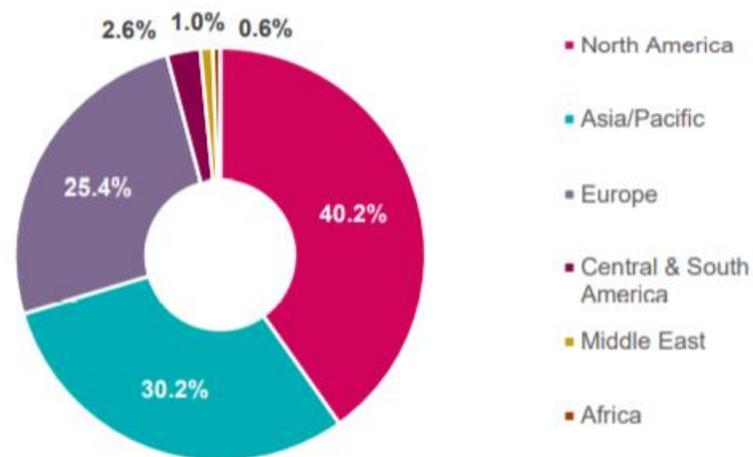
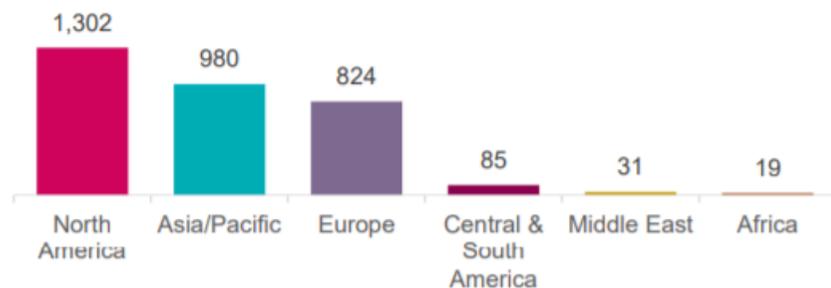
### Экономическое воздействие по регионам – общее трудоустройство

Выставки в Северной Америке создали более 1,3 миллиона рабочих мест в 2018 году, как показано на прилагаемой диаграмме, что составляет 40,2% от общего количества рабочих мест в мировом выставочном секторе. Выставки в Азиатско-Тихоокеанском регионе и Европе создали 980 000 и 824 000

рабочих мест, что составляет 30,2% и 25,4% от общего числа рабочих мест в секторе, соответственно.

### Economic impacts by region – total job impacts

In thousands of jobs



### Экономическое воздействие: общий вклад на 1 экспонента

В 2018 году общий объем продаж выставок составил 275,1 млрд евро (325,0 млрд долларов США). Исходя из общего числа экспонентов в мире в 4,5 млн человек в 2018 году, общий объем производства на одного экспонента составил 60 680 евро (71 671 доллар США). Первое место заняла Северная Америка с общим объемом производства 74 268 евро (87 720 долларов США) на одного экспонента. За ними следуют Европа и Азиатско-Тихоокеанский регион с общим объемом производства 68 858 евро (81 331 доллар США) и 46 757 евро (55 227 долларов США) на одного экспонента соответственно.

## Exhibitions total output per exhibitor

	Exhibitors (000's)	Total output		Total output per exhibitor	
		(billions Euros)	(billions US\$)	(Euros)	(US\$)
<b>Global total</b>	<b>4,534</b>	<b>€ 275.1</b>	<b>\$325.0</b>	<b>€ 60,680</b>	<b>\$71,671</b>
<b>By region</b>					
North America	1,600	€ 118.8	\$140.4	€ 74,268	\$87,720
Europe	1,340	€ 92.3	\$109.0	€ 68,858	\$81,331
Asia/Pacific	1,210	€ 56.6	\$66.8	€ 46,757	\$55,227
Central & South America	217	€ 4.1	\$4.9	€ 18,989	\$22,428
Middle East	125	€ 2.4	\$2.8	€ 19,104	\$22,564
Africa	42	€ 0.9	\$1.1	€ 22,362	\$26,412

In Euros, 2018



### Экономическое воздействие: общий выход на квадратный метр площади помещения

В 2018 году общий объем продаж выставок составил 275,1 млрд евро (325,0 млрд долларов США). При общемировом объеме 34,68 млн квадратных метров (373,29 млн квадратных футов) площадей, измеренных с точки зрения общей закрытой выставочной площади (как указано во Всемирной карте выставочных площадок UFI 2017), общий выход на квадратный метр площади площадки составила примерно 7900 евро (9400 долларов США), в то время как общий выход на квадратный фут площади площадки составила примерно 740 евро (870 долларов США). Северная Америка заняла первое место с общим объемом производства 14 544 евро (17 179 долларов США) на квадратный метр площади площадки и 1351 евро (1596 долларов США) на квадратный фут площади площадки. Далее следует Азиатско-Тихоокеанский регион с общим объемом производства 6 874 евро (8 120 долларов США) на квадратный метр площади помещения и 639 евро (754 доллара США) на квадратный фут площади помещения.

## Exhibitions total output per sqm of capacity

	Capacity (million square meters)	Capacity (million square feet)	Total output		Total output per square meter of capacity		Total output per square foot of capacity	
			(billions Euros)	(billions US\$)	(Euros)	(US\$)	(Euros)	(US\$)
<b>Global total</b>	<b>34.68</b>	<b>373.29</b>	<b>€ 275.1</b>	<b>\$325.0</b>	<b>€ 7,933</b>	<b>\$9,370</b>	<b>€ 737</b>	<b>\$871</b>
<b>By region</b>								
North America	8.17	87.94	€ 118.8	\$140.4	€ 14,544	\$17,179	€ 1,351	\$1,596
Europe	15.70	168.99	€ 92.3	\$109.0	€ 5,877	\$6,942	€ 546	\$645
Asia/Pacific	8.23	88.59	€ 56.6	\$66.8	€ 6,874	\$8,120	€ 639	\$754
Central & South America	1.20	12.92	€ 4.1	\$4.9	€ 3,434	\$4,056	€ 319	\$377
Middle East	0.85	9.15	€ 2.4	\$2.8	€ 2,809	\$3,318	€ 261	\$308
Africa	0.53	5.70	€ 0.9	\$1.1	€ 1,772	\$2,093	€ 165	\$194



## Рейтинг воздействия мировых выставок

Сектор глобальных выставок напрямую произвел больше продукции (коммерческих продаж), чем многие крупные мировые секторы, включая машинное, медицинское и хирургическое оборудование. Общий ВВП в размере 167,2 евро (197,5 долларов США), обеспечивается выставками во всем мире, поставит этот сектор на 56-е место в мире по величине экономики, превосходя экономики таких стран, как Венгрия, Кувейт, Шри-Ланка и Эквадор. В таблице на следующей странице сравнивается влияние глобального выставочного сектора на ВВП стран по всему миру.

## Исследовательский подход

- Наш подход к исследованию выставочного сектора включал в себя следующие этапы:
- Проанализированы существующие данные о выставках, поддерживаемых UFI, в том числе о проданных квадратных метрах нетто, посетителях и экспонентах (см. Примечание);
- Проанализированы существующие исследования воздействия выставок в 13 странах, а также данные сторонних организаций;
- Разработана эконометрическая модель взаимосвязи между наборами данных по экономике и туристической индустрии и воздействием выставочной индустрии для оценки выставочной активности в странах, в которых выставочная индустрия ранее не оценивалась;

- Объединены результаты существующих исследований и смоделированы взаимосвязи для подготовки глобальных оценок. В целом, мы обнаружили, что примерно три четверти прямых расходов на выставки в мире уже были покрыты исследованиями на уровне страны, которые мы проанализировали. В результате, хотя мы применили эконометрическую модель для подготовки оценок для стран, которые еще не были изучены на страновом уровне, выводы для многих из крупнейших и наиболее важных стран были основаны на результатах существующих исследований. Это обеспечило прочную основу для исследований. В этом глобальном анализе мы в основном полагались на основные показатели выставочной активности и участников, о которых сообщалось в каждом исследовании. В ситуациях, когда мы видели явные различия, такие как различия в значениях или резко выделяющиеся значения в конкретных результатах, мы исключали определенные показатели отчета на уровне страны из процесса оценки.

Наше описание методов исследования в этом разделе следует в том же порядке. Сначала мы описываем процесс исследования, затем выделяем статистическое моделирование и, наконец, концептуальную основу. Цифры в этом отчете основаны на оценках без округления. Из-за округления итоги в некоторых таблицах могут незначительно отличаться от суммы отдельных строк или столбцов. Анализ проводился в номинальных евро и долларах США по рыночным обменным курсам. Результаты модели были проанализированы в долларах США и преобразованы в евро с использованием обменного курса для календарного 2018 года, который составлял 1,181 доллара США за каждый евро. Примечание: UFI оценивает эти показатели для мира и каждого региона. Эти оценки основаны на моделях, использующих данные с нескольких рынков, где такие данные считаются надежными. UFI готов обновить эти оценки, когда получит надежные данные для любого конкретного рынка (пожалуйста, свяжитесь с [chris@ufi.org](mailto:chris@ufi.org)). Кроме того, что касается количества посетителей, некоторые рынки вместо этого сообщают о «количестве посещений» или считают «посетителей». Важно знать, что модель экономического воздействия, разработанная для этого исследования, не использовала этот показатель для расчетов.

### **Профили влияния на экономику страны**

Помимо публикации результатов выставок о глобальном экономическом воздействии, Oxford Economics и UFI предлагают краткие обзоры стран. Основываясь на результатах глобального анализа воздействия, исследовательская группа может подготовить сводные профили экономического воздействия на страновом уровне. Показатели, включенные в страновые обзоры, будут включать прямое воздействие, косвенное и сопутствующее воздействия, а также общие воздействия для следующих показателей: экономический объем производства (продажи бизнеса), ВВП (валовой внутренний продукт) и рабочие места.

## Существующие исследования влияния и данные третьих сторон

Мы собрали существующие исследования о влиянии выставок на мировые рынки. Полный список 13 исследований, включенных в анализ, приведен в таблице ниже. Исследовательская группа собрала следующие показатели для каждой страны:

- Прямые расходы
- Прямая добавленная стоимость (ВВП)
- Прямые рабочие места
- Общее количество участников

В дополнение к существующим исследованиям влияния, процесс исследования также включал данные сторонних компаний из следующих источников:

- ♣ UFI
- ♣ Global Business Travel Association

	Country	Study year	Report title	Sources
<b>Existing economic impact studies</b>	<b>Australia</b>	2015	The Value of Business Events to Australia	Ernst & Young, Business Events Council of Australia
	<b>Canada</b>	2014	The Economic Contribution of Business Events in Canada	MPI Foundation Canada, Maritz Research, The Conference Board of Canada
	<b>Denmark</b>	2012	Economic Contribution of Meeting Activity in Denmark	Visit Denmark
	<b>France</b>	2011	Étude sur les retombées économiques de l'activité des salons en France et en Île-de-France	Atout France, CCI de Paris IDF, Comité des Expositions de Paris, DGE (Ministère de l'Économie), France Congrès et Événements, UNIMEV-OJS, V'iparis
	<b>Germany</b>	2018	Overall Economic Relevance of Exhibitions in Germany	Association of the German Trade Fair Industry (AUMA)
	<b>Guatemala</b>	2017	Medición de la relevancia económica de la industria de turismo de reuniones en Guatemala	STA Consultores, Gobierno de la República de Guatemala, INGUAT (Instituto Guatemalteco de Turismo)
	<b>India</b>	2017	Indian Exhibition Industry Report	Indian Exhibition Industry Association
	<b>Mexico</b>	2016	The Economic Relevance of Meetings in Mexico	SECTUR (Secretaría de Turismo), Consejo de Promoción Turística de México, STA Consultores
	<b>Peru</b>	2014	Peru, Destination for Meetings Tourism	PROMPERU
	<b>Poland</b>	2015	The Economic Impact of Poland's Meetings Industry	Poland Convention Bureau, Polska Organizacja Turystyczna, MPI Foundation, MPI Poland Chapter
	<b>United Kingdom</b>	2012	The Economic Impact of the UK Exhibitions Industry	FaceTime & Oxford Economics
	<b>United Kingdom</b>	2013	The Economic Impact of the UK Meeting & Event Industry	MPI Foundation
	<b>United States</b>	2018	Economic Significance of Meetings to the US Economy	Oxford Economics, Events Industry Council

## Эконометрическая модель

Исследовательская группа разработала эконометрическую модель взаимосвязи между наборами экономических данных и данных о туристической индустрии и воздействием выставок для оценки выставочной активности в странах, в которых выставочная индустрия ранее не оценивалась. В дополнение к данным, предоставленным UFI и собранным из существующих исследований воздействия выставок, в таблице ниже обобщены данные, которые мы собрали для включения в процесс моделирования.

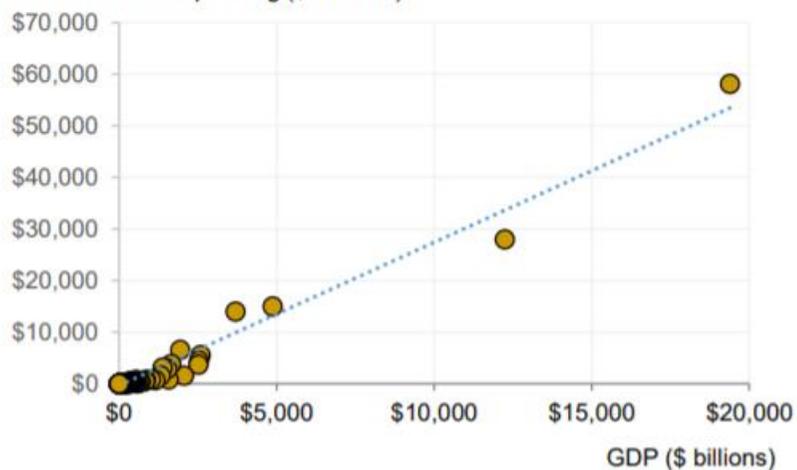
	<b>Data description</b>	<b>Sources</b>
<b>Data inputs for econometric model</b>	Business arrivals	UNWTO (World Tourism Organization), various national statistical agencies
	International business inbound travel spending	IMF Balance of Payments
	Domestic business travel spending	Oxford Economics / WTTC (World Travel and Tourism Council)
	GDP (gross domestic product)	Haver Analytics, various national statistical agencies
	Total population	Haver Analytics, United Nations, various national statistical agencies
	Per capita GDP	Haver Analytics, United Nations, various national statistical agencies
	Services industry gross output	Various national statistical agencies, central banks, and ministries of finance
	Whole economy gross output	Various national statistical agencies, central banks, and ministries of finance

## Эконометрическая модель

Полученная в результате модель отражает взаимосвязь между показателями индустрии путешествий, такими как расчетные внутренние и международные расходы на деловые поездки на страновом уровне (на основе анализа Oxford Economics для Всемирного совета по путешествиям и туризму), и прямыми расходами выставок. Поскольку исследования выставочной активности в более развитых странах, как правило, показывают более высокий уровень активности по сравнению с расходами на деловые поездки, в модели также использовался ВВП на душу населения. Полученные оценки показывают, что расходы на выставки обычно коррелируют с экономической деятельностью в целом. Например, корреляция между расходами на выставки и экономической деятельностью, измеряемой ВВП, показана на прилагаемой диаграмме.

### Exhibitions direct spending and GDP by country

Exhibitions direct spending (\$ millions)



Source: Oxford Economics (2019)

## Профили вклада стран

Помимо публикации результатов выставок о глобальном экономическом воздействии, Oxford Economics и UFI предлагают краткие обзоры стран, которые дадут представление о влиянии выставок на уровне страны. Основываясь на существующей эконометрической модели и исследованиях, проведенных для анализа глобального воздействия, исследовательская группа может подготовить сводные профили экономического воздействия на страновом уровне. В зависимости от наличия данных в профили стран будут включены следующие показатели выставки:

- ♣ Вместимость выставочной площадки
- ♣ Продажи выставочной площади
- ♣ Экспоненты
- ♣ Показатели экономического воздействия за счёт посетителей, представленные в обзорах стран, будут включать прямое воздействие, косвенное и сопутствующее воздействия, а также общее воздействие для следующих показателей:
  - Экономический результат (коммерческие продажи)
  - ВВП (валовой внутренний продукт)
  - Рабочие места

Для ассоциаций-членов UFI могут быть составлены отчеты о профиле отдельных стран, которые будут добавлены в качестве приложений к глобальному исследованию. За дополнительной информацией обращайтесь к Кристиану Друарту, менеджеру по исследованиям UFI ([chris@ufi.org](mailto:chris@ufi.org)).

## Показатели экономического воздействия

После оценки прямых расходов на выставки на основе существующих исследований воздействия и эконометрической модели, исследовательская группа оценила дополнительные показатели экономического воздействия, используя источники, перечисленные в таблице ниже. Например, мы использовали экономические данные о валовом выпуске и добавленной стоимости как для экономики в целом, так и для индустрии путешествий для оценки прямого воздействия на ВВП для каждой страны. Кроме того, мы использовали множители из существующих исследований воздействия, а также множители путешествий и туризма, разработанные Oxford Economics и WTTC, для оценки общего экономического воздействия выставок для каждой страны.

Economic impact metrics	Economic impact metric	Estimation method and source
	Direct spending (direct output)	Existing impact studies Estimates from econometric model
	Net space sold (square meters)	Existing UFI data
	Total visitors	Existing UFI data
	Total exhibitors	Existing UFI data
	Direct GDP (gross domestic product) impact	Estimates of direct spending (direct output) Economic data on whole economy & services industry gross output from national statistical agencies Economic data on whole economy & services industry value-added from national statistical agencies
	Direct jobs	Existing impact studies Estimates from econometric model Economic data on whole economy gross output from various national statistical agencies Travel & tourism data & multipliers from Oxford Economics & WTTC (World Travel and Tourism Council)
	Total economic impact, GDP, and jobs	Existing impact studies Travel & tourism data & multipliers from Oxford Economics & WTTC (World Travel and Tourism Council)